

ВВЕДЕНИЕ

С течением времени информационно-коммуникационные сети непрерывно развиваются, что в свою очередь является толчком для более ёмкого обмена информацией в социальных сетях. Следствием такого обмена могут быть положительные аспекты, такие как культурный обмен, образование, возможность получения информации на любом конце света и др., а также отрицательные аспекты, такие как мошенничество, информационно-психологическое воздействие и иные. Для усиления влияния отрицательных аспектов может использоваться такой инструмент, как фейк. Фейк – это искажённая, зачастую полностью ложная информация, выдаваемая за истинную. Фейком может являться как пользователь, так и контент, генерируемый им. Соответственно, для последующей борьбы с ними требуется сформулировать те информационные риски, которые несут в себе фейки.

Актуальность

На сегодняшний день в мире и, в частности, в России, растёт динамика проникновения интернета в общество. Для данной работы показательной является социальная сеть для обмена медиаконтентом YouTube. Основным контентом в социальной сети YouTube являются видео. Тех, кто производит эти видео, обобщённо называют авторами, или контентмейкерами. Остальные действия в данной социальной сети будем считать вспомогательным контентом.

За последние 5 лет сформировалась определённая тенденция диффузии телевизионного и интернет-контента. Если ранее популярных в интернете контентмейкеров приглашали на телевидение [4, 5], то сейчас ситуация изменилась в обратную сторону – люди, работа которых была неразрывно связана с телевидением, всё чаще появляются в интернете [6, 7]. В связи с этим можно

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в результате выполнения выпускной квалификационной работы были получены следующие итоги.

В первой части данной работы был дан понятийный аппарат для фейков и для сети обмена медиаконтентом YouTube.

Также представлена подробная и всесторонняя классификация контента, циркулирующего в социальной сети YouTube. В первую очередь его можно рассмотреть, как положительный и негативный (нежелательный).

Также контент может быть представлен в виде комментария, оценки, видеофайла или совмещенной форме – гибридной.

Были рассмотрены и подробно описаны сетевые ресурсы данной сети. Они разделяются на ресурсы коллективного пользования (новостная лента, форум и т.п.) и на ресурсы персонального пользования (профиль пользователя).

Проклассифицированы объекты данной социальной сети и субъекты, которые с ними взаимодействуют. Было выяснено, что все субъекты с учетом проявления их активности в данной социальной сети можно разделить на активных и пассивных пользователей.

Также было установлено, что субъекты данной социальной сети способны обмениваться контентом между собой посредством определенного набора действий (функций). Набор действий в социальной сети зависит от того авторизован ли пользователь или нет.

С учетом полученных классификаций контента, субъектов и их действий, а также сетевых ресурсов данной социальной сети показана структурно-функциональная модель социальной сети YouTube с учетом всех ее особенностей.

В данной модели функциональные связи представляют собой сложную структуру взаимодействия контента, сетевых ресурсов и субъектов, функционирующих в заданном сетевом пространстве.

Во второй части работы были описаны причины и следствия возникновения фейков, модели их развития, и, как следствие, выработана методология определения фейков.

В третьей части была описана модель дезинформации узла сети, на основе которой возможно собирать статистику об отношении узлов сети к фейковому контенту посредством анкетирования.

В четвертой части были получены результаты моделирования диффузионного процесса сети обмена медиаконтентом YouTube на основе представленного в разделе микрофрактала. Для сети были получены усредненные графики диффузионного процесса для различных тематик, графики трафика в узлах различного состояния (восприимчивого, инфицированного, защищенного, умершего, латентного), графики риска и шанса для разных тематик.

Далее была рассмотрена модель оздоровления пользователей при помощи введения авторитетной информации после прохождения эпидемии фейковой информации в пяти наиболее популярных тематиках.

Для них были представлены соответствующие графики трафика, риска и шанса, позволяющие оценить, на сколько эффективно проходит эпидемия благодаря заражению, а затем оздоровлению пользователей контентом.

Также в четвертой части были даны рекомендации по регулированию диффузионным процессом и составление рекомендаций по уменьшению деструктивного воздействия социальной сети YouTube.

Эти результаты являются ценной частью для создания научно-методического обеспечения в целях предотвращения распространения фейкового контента как в сетях для обмена медиаконтентом, так и в глобальном интернете.